Orígenes de la televisión como técnica

En la imaginación popular, la radio puede ser atribuida a Guglielmo Marconi y el teléfono a Alexander Graham Bell, pero la televisión, en cambio, no se presenta asociada a un nombre heroico. Los “inventores”, antes que actores, son víctimas de un proceso en el cual pierden patentes o son utilizados para detener investigaciones de compañías rivales. No es casual que uno de los nombres más importantes del desarrollo de la televisión en Estados Unidos, David Sarnoff, no fuera un inventor, sino un ejecutivo de la RCA. La invención de la televisión no fue un acontecimiento individual ni una serie de acontecimientos individuales. Dependió de un conjunto de inventos y desarrollos en los campos de la electricidad, la telegrafía, la fotografía, el cine y la radio. Podría decirse que se la aisló como un objetivo tecnológico específico en el período comprendido entre 1875 y 1890 y luego, después de un intervalo, fue desarrollada, a partir de 1920, como una empresa tecnológica específica, hasta que en la década de 1930 se pusieron en funcionamiento los primeros sistemas de televisión pública. Con todo, en cada una de las fases, algunas partes de la creación de la televisión dependieron de otros inventos concebidos en principio con otros propósitos. Si en los diferentes abordajes históricos de los medios venimos poniendo en cuestión la figura individual del inventor y el carácter meramente técnico de una invención, la historia de televisión lo confirma todo. Desde una perspectiva social estamos hablando de un fenómeno de la segunda mitad del siglo XX, cuando la TV se instaló definitivamente en el seno de la sociedad. Y sin embargo, la tecnología venía experimentándose desde el siglo anterior, fue muy previsible y esperada durante años, y hacia mediados de la década de 1930 ya existía operativamente en los países más industrializados.

“Se podrán ver imágenes distantes en las pantallas como las imágenes del cine”, esta declaración realizada por el inventor de la telefotografía, Arthur Korn, destaca que la televisión es un proyecto al menos tan viejo como el siglo. En 1892, Julio Verne había hecho una descripción bastante feliz de ella en *El castillo de los cárpatos,* asociando fotografía, espejos y fonógrafo. La maduración técnica de la televisión durante el período de entreguerras es sin embargo relativamente lenta, y es sólo en los años 1950 que ella emerge como nuevo medio de masas. Su tecnología aprovecha la aceleración de las investigaciones ligadas a las operaciones militares y de la necesaria reconversión de las industrias bélicas. En el plano técnico, cada país o grupo de países adopta entonces normas y tipos de organización capaces de proteger sus intereses industriales y culturales.

La televisión, que se desarrolla en primer lugar como un espectáculo familiar nocturno, tiende a competir con –y a reemplazar a- la radio en sus formas de uso hasta comienzos de los años 1980. Los productores de programas utilizan los conocimientos prácticos de la radio y del cine, aún si las restricciones técnicas y políticas hacen que la televisión se desarrolle sobre modelos bastante diferentes en cada país. La televisión reproduce los dos principales modelos desarrollados por la radio antes de la guerra. Se organiza, en los EE.UU, en grandes redes privadas financiadas por la publicidad y que buscan la mayor audiencia posible. En Europa, televisiones públicas, controladas por los gobiernos y que buscan producir un sistema entre cultura culta y cultura popular se desarrollan hasta el comienzo de los años 1980. El modelo europeo de la televisión pública comienza entonces a ser cuestionado, bajo los efectos del cambio técnico, de la presión comercial y de las transformaciones de la opinión pública. Durante esos cuarenta años, los cambios sociales ligados a la televisión son tales que suscitan de nuevo una reflexión profunda sobre los medios de masas y sobre la cultura popular.

Evocando el devenir de una posible transmisión a distancia de la imagen animada, Arthur Korn identifica los problemas que deben ser resueltos, a saber, la velocidad de análisis y de restitución de la imagen, y la capacidad de transmisión.

Sin embargo, la maduración técnica de las soluciones correspondientes está todavía lejos; entre el registro de la decisiva patente de Vladimir Zworykin, en 1923 y la apertura de programas regulares para un público relativamente importante, en 1945, transcurren más de veinte años. Las primeras tentativas, que se remontan al comienzo del siglo, apelan a procedimientos de análisis mecánico de la imagen. Sin embargo, ningún procedimiento electromecánico se revela capaz de tratar de modo suficientemente rápido la cantidad de información necesaria para la transmisión de una imagen animada. Es necesario esperar hasta que la tecnología de los tubos electrónicos, utilizados especialmente por la radio, esté suficientemente desarrollada, para que pueda ser adaptada al análisis de la imagen. En 1923, Vladimir Zworykin, que comenzó su carrera en las comunicaciones del ejército zarista y trabaja para la compañía americana Westinghouse, obtiene una patente sobre el "iconoscopio", primer tubo realmente utilizable para el análisis y la restitución de la imagen animada.

En todos los países industriales las investigaciones se reorientan en esta dirección. Exactamente como había ocurrido con las técnicas de la radio, cada país sigue su propia vía, alrededor de uno o de varios inventores, para disponer de técnicas nacionales. Es en Inglaterra donde las búsquedas se organizan más temprano; James Baird hace una demostración de su *televisor* en 1925. El joven inventor patenta rápidamente su creación y se pone de acuerdo con la Oficina de Correos británica para la determinación de un modelo estándar de televisor publicado y registrado en 1929: 30 líneas,12 imágenes por segundo, formato de 3x7 en altura -para proyectar un personaje de pie, una bailarina, por ejemplo. Inmediatamente se funda la Baird televisión Company, destinada a vender los aparatos. El 20 de julio de 1929, la Reichpost, por su parte, establece un estándar nacional alemán: barrido horizontal de 30 líneas pero formato de 3x4 y 12,5 imágenes por segundo. Todos los progresos de los15 años siguientes consistirán en mejorar la definición de la imagen aumentando, sobre todo, el número de líneas, manteniendo siempre una norma diferente en cada país. En Francia, la Compañía de mediciones de Montrouge crea un departamento de televisión tras haber asistido a las demostraciones de Baird, y la sociedad está en condiciones de hacer la primera demostración pública en la escuela Superior de Electricidad en 1931. En El Havre, Henri de France desarrolla un procedimiento alternativo. El Ministerio de Comunicaciones se erige en árbitro y el ministro Georges Mandel estimula las investigaciones instalando, en 1931, una emisora y algunos estudios en los locales de la escuela Superior de Telegrafía de París. Las emisiones tienen lugar en 400 metros de longitud de onda, varias veces por semana, durante cerca de una hora. En mayo de 1936 se crea la Compañía Francesa de Televisión, integrada en partes iguales por la Compañía de mediciones y la CSF.

En 1937, el ministerio hace abrir al conservatorio de artes y oficios una cátedra de "telefonovisión" para disponer de técnicos competentes y, sobre todo, para no depender de los técnicos alemanes. Estos últimos controlan, en efecto, las técnicas del cine sonoro, y el año anterior las autoridades alemanas habían organizado la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Berlín durante 16 horas hacia Hamburgo. Leipzig, Munich, y Nüremberg. En la exposición de París de 1937, se organizan demostraciones de televisión. A falta de programas grabados –todavía no se puede conservar la imagen-, y para volver atractiva la demostración, la televisión se presenta bajo la forma de una suerte de teléfono con imagen. La revista **Illustration** comenta así la ilustración de ese "juego infantil":

> La televisión es todavía un juguete infantil, pero muy divertido y que le gusta al público. Dos personas, en dos cabinas telefónicas separadas por una docena de metros, se telefonean y cada una ve, en una pantalla de una dimensión de aproximadamente 18x24 cm, la imagen de su interlocutor. Y cada uno exagera su mímica, se agita, gesticula, para gran diversión del público.

Otras demostraciones tienen lugar en ocasión de la Exposición Universal de 1939 en Nueva York. Las grandes redes de radios americanas están evidentemente interesadas en la televisión; lo esencial de las investigaciones es llevado adelante por la NBC, con el apoyo técnico de la RCA. Al comienzo de la guerra, todos los países industrializados dominan procedimientos que permiten emitir una imagen de calidad media (405 a 525 líneas); se programan emisiones regulares nocturnas destinadas a un pequeño número de aficionados que pueden procurarse sus aparatos receptores en el comercio. Sin embargo, no se ha llegado todavía a una plena conciliación entre una difusión de imágenes por vía hertziana o por cable.

La guerra cambia enteramente los datos del problema. El acontecimiento decisivo es el dominio de las técnicas de transmisión por ondas ultracortas (haces hertzianos). Los primeros haces hertzianos se instalan en 1934 entre dos aeropuertos, uno en Inglaterra y otro en Francia. La tecnología del radar, pariente de la de los haces hertzianos, saca provecho, por su parte, de la batalla de Inglaterra. El primer radar es embarcado en el Normandie para su viaje inaugural en 1934, pero, en 1939, los británicos aceleran las investigaciones en un sector vital para la supervivencia de Inglaterra. Los EE.UU toman enseguida el relevo. Obligados a mantener comunicaciones con los ejércitos repartidos por el mundo entero en frentes muy alejados, las fuerzas armadas americanas desarrollan sistemas de haces hertzianos muy eficientes. La cuestión de la reconversión de ese potencial industrial se plantea pues al fin de la guerra.

Se puede estimar entonces lo que son los problemas específicos ligados al desarrollo de materiales destinados al gran público en una red de difusión. Es necesario instaurar una norma común para que los industriales puedan invertir con una seguridad razonable y para que los compradores tengan certeza de poder recibir los programas. Todo se juega alrededor de las normas adoptadas por los receptores (procedimiento, número de líneas en la pantalla), para la difusión (qué canales hertzianos, qué frecuencias) e incluso para la alimentación eléctrica. Estas decisiones dependen de instancias reguladoras. Instaurada originalmente para organizar el uso del espectro de frecuencias, sin misión precisa de intervenir en los contenidos, la FCC, en los EE.UU., se encuentra investida de responsabilidades económicas e industriales importantes.

Imponer, por razones de coherencia de la red o de protección de los consumidores, una norma o un procedimiento, es favorecer a un industrial. Una lucha feroz se desata entonces entre las grandes *netwoks* de radio para hacer adoptar su procedimiento. La RCA, que domina el mercado y cuenta con los socios industriales más importantes, intenta imponer sus normas en 1940, pero, en 1941, un comité de técnicos, el National Televisión System Committee (NTSC) se decide por un estándar de 525 líneas, diferente de la proposición de la RCA. El debate continúa después de la guerra, y resulta entonces que el consenso al que se arriba no descansa necesariamente alrededor de las tecnologías más recientes. La CBS propone, en efecto, un procedimiento de televisión a color, que tiene los defectos de ser costoso, poco a punto incompatible con la red existente, pero que funciona. Sin embargo, en 1953, se toma la decisión de adoptar un estándar blanco y negro.

En Europa, la elección de las normas toma la doble dimensión de compromiso entre compañías y de protección de la industria nacional, e incluso de protección del espacio público de información en cada país. Es así que se configuran en varias ocasiones sistemas de normas incompatibles. Para la televisión en blanco y negro, Francia elige, a la salida de la guerra, localidad de la imagen, con 829 líneas quedando Inglaterra en la norma de 405 líneas adoptada al comienzo del conflicto. Finalmente, todos los países europeos se alinearán en las 625 líneas al comienzo delos años ’60. El pasaje al color es otra ocasión para elegir normas “estratégicas”. En 1953, los EE.UU, seguidos por Japón, adoptan para el color el sistema NTSC. Los franceses eligen el sistema Secam que es retomado por los soviéticos, los países del Este y los países francófonos de África, mientras que los otros países de Europa mantienen el sistema alemán Pal, de calidad

equivalente. Habrá pocos receptores binormas comercializados hasta el comienzo de los años 1980. Los países protegen también sus modelos culturales y sus opiniones públicas. Así, se configuran en relación con la televisión dos modelos experimentados por los contemporáneos como radicalmente diferentes: en los EE.UU, son principalmente las redes de radiodifusión las que invierten en la televisión sus capitales y sus conocimientos técnicos; en Europa, se retoma de entrada el modelo de las radios de Estado.

Los inicios de la Televisión en Argentina

El 17 de octubre de1951, siete mil hogares de la ciudad de Buenos Aires fueron inundados por una nueva luz. Con la transmisión del acto del Día de la Lealtad, realizado en Plaza de Mayo, se instalaba oficialmente en nuestro país la televisión. Desde las casas o los bares se podía "asistir" al multitudinario acto político que emitía Canal 7, la única señal entonces existente. Para aquel que seguía los acontecimientos desde el sillón de su casa, la experiencia era singular y extraña, y anunciaba, sin embargo, una práctica a la que debía habituarse. En pocos años, ese aparato raro, extraño, novedoso y difícil de adquirir se convertiría en un objeto necesario y familiar, que casi todos podían poseer. ¿Qué es lo que debían incorporar esos espectadores en aquella experiencia? ¿Qué transformaciones y discontinuidades introduciría el televisor en la vida de las personas?

Al menos tres dimensiones fundamentales de la vida privada fueron modificadas por el nuevo medio: la noción de lugar, la vivencia de la intimidad y el contraste con la vida pública. El espacio, sostiene Michel de Certeau, es un lugar practicado, y un lugar se define por las "relaciones de coexistencia" y la "configuración instantánea de posiciones". La experiencia televisiva básica consiste, entonces, en que los lugares donde las personas tienen que inscribir su experiencia y sus prácticas se alteran. Para comprender cómo se produjeron estas transformaciones históricamente, es necesario establecer el crecimiento cuantitativo de la red televisiva y la construcción gradual de sus funciones. La aparición de la televisión en la vida íntima, con su nuevo modo de interpelación, redefinió algunas características de la vida privada así como las formas de ingreso de la vida pública en el hogar, y de ésta manera lo habrán experimentado –confundidos y maravillados- quienes asistieron sentados cómodamente desde sus casas o en un bar al acto del 17 de Octubre.

En sus primeros nueve años de vida, la televisión mantuvo un solo canal, y su lento crecimiento hizo que se demorara en tener una presencia amplia en la vida cultural. Durante la década del'50, -como lo ha demostrado Mirta Varela-, la televisión compitió con otros eventos que convocaban multitudes e imponían un tipo de socialidad. "Estamos en una etapa fuertemente volcada hacia lo público. El espacio público es la mítica Plaza de Mayo, pero también las calles de paseo, los cines, los teatros, los restaurantes, los bailes, el carnaval". Como se transmitía a través de aparatos muy caros y que no muchos podían tener, su consumo también se acoplaba a esas formas de sociabilidad: los chicos del vecindario se apiñaban frente al televisor de la familia afortunada y todo el barrio se reunía para asistir a un partido de fútbol o a una pelea de box.

El año 1960, es el *annus mirabilis* de la televisión: se ponen en funcionamiento nuevas señales, se produce una fuerte inversión económica en el medio, y los aparatos, lenta pero progresivamente –por fin- se abaratan. Para las familias tener un televisor era, cada vez más, una necesidad.

La euforia que provocó en un primer momento la llegada de la televisión estaba asociada a una concepción que tenía (y todavía tiene) un gran arraigo en el imaginario colectivo: el determinismo tecnológico. Al anunciar la instalación en Argentina de la antena más grande de América Latina a principios de los '50, el noticiero cinematográfico "Sucesos Argentinos" proclamaba que con la

televisión llegaba el tan ansiado “progreso”, el “futuro”, la solución de nuestros problemas. En las conversaciones cotidianas y también en algunos estudios críticos, se le atribuían a las innovaciones tecnológicas cambios en la vida social, en la historia y hasta en la naturaleza humana. El modo en que la televisión se fue incorporando a la vida social, sin embargo, indica que la interacción con las fuerzas sociales y culturales fue mayor de lo que una mirada determinista estaría dispuesta a conceder. Los usos y las funciones de la televisión se fueron modificando históricamente, y en ningún país, las funciones que se le asignaron a priori se cumplieron de manera estricta.

Como señala Raymond Williams, “los medios de comunicación precedieron a su contenido”, y sus usos y funciones se fueron sedimentando con el paso del tiempo. Así, el surgimiento de la radiofonía, en la década del ’20, puso en crisis la asignación de funciones específicas lábiles, aunque operativas, que tenían hasta entonces los medios de difusión. Según Williams, estaba “la prensa para la información política y económica; la fotografía para la comunidad, la familia y la vida personal; la cinematografía para la curiosidad y el entretenimiento; la telegrafía y la telefonía para la información sobre negocios y algunos mensajes personales importantes”. Sin la necesidad de que esta asignación haya sido tan rigurosa o compartimentada, el uso social de la radiofonía significó la aparición de un medio que se instalaba en el seno del hogar y que podía combinar informaciones políticas, entretenimientos, publicidad y composiciones artísticas como la poesía o la música. Lo mismo –con mayor presencia física y más atributos- podía hacer la televisión, que comenzó a desplazar de su lugar a la radio en el momento en que ésta adquiría movilidad y salía de las casas con la aparición, a fines delos años ’50, de la radio portátil.

La cantidad de funciones que cumple el medio televisivo habla de una especificidad flexible que trabaja con los discursos y las imágenes más diversas y heterogéneas. Esta elasticidad ha permitido que sus usos fueran variando, y que, si en su primera década de vida se le asignó a la televisión de nuestro país una función educativa y cultural, algunos hechos –como la aparición de los futuros propietarios, el carácter comercial del canal oficial, la inestabilidad política y la historia cultural del espectáculo- condicionaron un tipo de televisión muy distinto del esperado previamente. Fueron las políticas culturales y no las innovaciones tecnológicas las que más decidieron en las orientaciones del nuevo medio. Sin embargo, hay aspectos específicos de los aparatos que posibilitaron una serie de usos que también se fueron modificando históricamente: sin en los años ’50 el televisor provocaba reuniones comunales, en los ’60 pasó a ser parte del grupo familiar y, en las décadas siguientes, se convirtió, cada vez más, en un objeto personal que hasta podía servir para establecer una distancia con la propia familia. Este proceso de apropiación creciente es, sin embargo, social y no responde sólo a la tecnología televisiva o mediática. Es evidente que esto fue posible –entre otras cosas- porque el televisor se transformó en un artefacto accesible económicamente, pero la tendencia a disgregar la autoridad familiar y a establecer relaciones individuales con los objetos en espacios aislados es propia de la modernidad. De hecho, nada en la tecnología atenta contra el uso comunitario del aparato.

El crecimiento producido a partir de 1960 hizo que la red audiovisual se expandiera en todas direcciones: los hogares se incorporaban a una comunidad de audiencia que compartía las mismas imágenes y, cada vez con más insistencia, las imágenes televisivas entraban en los hogares para ser consumidas.

La televisión se difunde en el tejido social de dos maneras: por expansión y por contacto. El primero, histórico y acumulativo, es un crecimiento cuantitativo constante que depende de la cantidad de aparatos, del crecimiento de la redes y de la instalación y uso de los satélites. El segundo, en cambio, es variable y puede considerarse según diferentes grupos de pertenencia –edad, clase, sexo, ocupación, nivel cultural- y según el modo en que estos grupos consumen e interpretan los mensajes televisivos.

Los dos procesos interactúan ya que, en la medida en que se expande la red, los contactos son más frecuentes. Si en los años ’60, para muchos sectores intelectuales, podía ser un rasgo característico no tener televisor, la distinción consiste hoy en día en no encenderlo (o en decir que no se enciende). Y si en una época, para los sectores de bajos recursos económicos (y anteriormente aún para familias con buenos ingresos) poseer un televisor era un signo de status, a partir de los años ’80 la posesión de un aparato deja de ser un rasgo diferenciador.

La fiebre de las cifras y las estadísticas creció en esos años y la televisión se convirtió en uno de sus objetos privilegiados: cuántos aparataos hay en el país, cuáles son los programas más vistos, cuántas horas se ven por día. El volumen de ensayos *Argentina 1930-1960* es un claro exponente de esta pasión por las estadísticas en la que parecía ocultarse la clave del desarrollo social. Según uno de los ensayos, los aparatos estaban distribuidos de la siguiente manera: 42.460 en la clase alta, 165.650 en la media inferior y 75.540 en la clase baja. Sean o no exactos estos números, comparados con los de finales de la década, muestra que los televisores también tuvieron su *boom*, y si éste resultó más silencioso que el de otros fenómenos culturales, no por eso fue menos persistente. En 1960 se calcula que existían 450.000 aparatos en el país y en cinco años ya llegan a 1.600.000. Desde entonces –al contrario de lo que pasó, por ejemplo, con las salas de cine- el crecimiento no se detuvo: dos millones y medio en 1968, cuatro millones en 1973 y, finalmente, la gran explosión durante los años de la dictadura y la década del ’80 con la televisión a color.

Pese a este crecimiento desmesurado, la televisión sobrellevó –por mucho tiempo- el estigma de no pertenecer al mundo de los objetos culturales interesantes: el televisor sólo sería un emblema “pequeño-burgués”. En 1964, Juan José Sebreli escribe: “Todos los objetos cotidianos que lo rodean, y entre los cuales juegan el papel de *tótems* la radio y la televisión, dejan de ser instrumentos prácticos para convertirse en espejo de la supuesta felicidad pequeñoburguesa, glorificando el encierro doméstico, la clausura del hogar, la intimidad de la vida privada, y propagando la moral del *statu quo* que considera como inmoral y peligroso salirse de la propia condición de la propia clase.”

La adquisición de televisores no ingresaba en el mundo de los consumidores de la cultura prestigiosa y libresca (quienes veían la televisión como una amenaza para la cultura tipográfica), sino en la escalada de consumo de electrodomésticos que se produjo a principios de la década del ’60, cuando era tanto un signo de progreso como de confort familiar y del *american way of life*. Sin embargo, a medida que avanzaba la década, la increíble expansión de la red audiovisual y la inclusión cada vez más frecuente de acontecimientos de la vida pública –además de la dificultad de establecer un corte riguroso por clases o estamentos- mostrarían lo deficiente de esta descripción.

Si en la vida privada los efectos de la televisión fueron fluctuantes, en la vida cotidiana su triunfo fue total. Todos los horarios y todos los días del año fueron conquistados, poco a poco, por la transmisión televisiva. El 31 de diciembre de 1958, Canal 7 cortó la transmisión a las once de la noche. Las autoridades se excusaron diciendo que era para que los espectadores pasaran el fin de año con sus familias. Frente al respeto por el ritual que tuvieron las autoridades del hasta entonces único canal, el público se quejó como si un familiar hubiera faltado a la fiesta. En relación con los tiempos hogareños, la historia de la televisión puede entenderse como una expansión que crece, primero, avanzando sobre los horarios del día y después, creando ella misma –sobre todo en la televisión por cable- horarios paralelos e independientes al de los ritmos hogareños.

En 1959 el Canal 7 anunciaba que a partir de mayo comenzaría la transmisión al mediodía y ya no a las cuatro o seis de la tarde. En 1961, los cuatro canales iniciaban su transmisión a las 13 y terminaban, generalmente con una película después de la medianoche y, hasta 1967, ya podía

considerarse que la televisión había colonizado los horarios matinales, tradicionalmente pertenecientes a la radio. La transmisión de los fines de semana, con la primigenia lógica televisiva de ocupar el tiempo libre, se iniciaba bien temprano y continuaba hasta pasada la medianoche. La gente que no iba al club o que no salía de su casa podía quedarse viendo los programas ómnibus cuyos títulos sugerían la idea del eterno retorno: “Siempre en domingo” o “Sábados circulares”. Parecía alentador que el tiempo libre pudiera consumirse interminablemente en el mundo del espectáculo. Pero la televisión no sólo se adueñó de los horarios, también avanzó sobre todos los días del año: en 1961, uno de los flamantes canales creó el eslogan “En el 13 no hay verano”, en una política comercial que transformó en competitivo un período al que antes no se le prestaba mucha atención.

Desde el punto de vista de los géneros, la programación se mimetizaba –a la vez que reforzaba- con los ritmos hogareños de una “familia tipo”. A la mañana se transmitían algunos programas educativos; a la tarde, programas dedicados a la mujer y a los niños: durante la cena se podía asistir a algún programa de tema familiar como “La Familia Falcón” o el “Show de Dick Van Dyke” y en el último horario, alguna película o serie de acción; el día hogareño se alargaba y el televisor comenzaba a ocupar ese discreto pero poderoso espacio de los adultos antes de irse a dormir. Ubicada en este lugar, la televisión disponía de formas suaves, persuasivas y orgánicas de dominación en la medida en que la mayoría de los televidentes se ubicaban frente a la pantalla con el fin de “pasar el tiempo” y no en disposición de hacer grandes inversiones simbólicas. La televisión se consumía en ese clima de *relax* que es la recompensa de la vida privada frente a la tensión que impone el espacio social y público. Esta disposición relajada del televidente fue ingeniosamente explotada por los personajes cómicos que encabezaban casi siempre los ratings (Dringue Farías, Pepe Biondi, Tato Bores, Luis Sandrini, Alberto Olmedo y Jorge Porcel, o el grupo de cómicos uruguayos) y que, en algunos casos, lograban procesar muchos datos de esa exterioridad social y descargarlos, de forma humorística, en el ámbito familiar (el *relax* en estos programas estaba reforzado por la “risa enlatada” que estimulaba y marcaba el fin del gag pero que también reía por el espectador).

Además del uso del tiempo libre, más vinculado al grupo familiar, la televisión también trataba de acompañar las tares y las actividades domésticas. A la tarde, la televisión estaba reservada a ese mito argentino tan reverenciado que es “el ama de casa”: el ciclo “Buenas tardes, mucho gusto”, que comenzó en 1960, la ayudaba en su difícil tarea con sus simpáticas locutoras sin apellido (¿se los había llevado el marido?): Maricarmen, primero, y Annamaría después. La utilidad, complementada con la capacidad emocional que ponían en juego las telenovelas, era uno de los atributos imaginarios que la televisión asignaba a la mujer que pasaba la tarde en su casa. Pero también estaba la mujer “inteligente” e independiente que las animaba a expresarse y a romper tabúes, como lo hacía Blackie cuando pasó, en 1969, a su nuevo horario de las cuatro de la tarde: “recibo una correspondencia que nunca hubiera soñado: las amas de casa me piden consejo sobre las cosas más inverosímiles, pero, sobre todo, la pregunta central angustiosa, terrible, que nunca me hacen personalmente, pero se adivina como único tema es: ¿Qué puedo hacer con mi vida?

En ese tiempo vacío de las tardes hogareñas, sin el marido y sin los hijos, la televisión podía ser una buena compañía y hasta una guía espiritual.

Pero la tarde (“la hora de la merienda”) también estaba dedicada a los chicos. Los padres, enfrentados a esta nueva situación, debían comenzar a administrar la relación con ese artefacto que competía con la escuela y la autoridad paterna. ¿Cómo serán en el futuro los niños que consumen televisión? ¿tendrán todos la vista dañada? ¿Serán unos violentos intempestivos y apenas podrán leer un libro?

Casi todas las preguntas se dirigían a cuestionarse sobre los efectos, como si la vida privada estuviera marcada por la precariedad y el televisor cargara con un poder casi mágico. El político socialista Alfredo Palacios, en una encuesta realizada por la revista *Radiolandia,* resumió los tópicos que preocupaban a muchos: "En realidad, no soy amigo de la función que hasta ahora desempeña la televisión. Es más, creo que se malogra lo que podría ser un instrumento magnífico de educación. He presenciado con alarma cómo los chicos quedan hipnotizados ante espectáculos de bandoleros, revólveres por doquier y amores ilícitos. No debemos olvidar que los chicos son grandes clientes de la televisión. No puedo opinar sobre mi gusto por todo lo que acabo de decirle. De todas formas, creo que hay exceso de publicidad y de divismo por parte de muchos, incluso de políticos"

Los niños, víctimas de los afanes didácticos de sus mayores, fueron el objeto privilegiado de aquellos discursos que alertaban sobre la televisión: educadores, psicólogos, sacerdotes y pedagogos, desilusionados en su pretensión de hacer de la televisión un medio puesto al servicio de la enseñanza, empezaban a preocuparse por las consecuencias que la programación podía tener sobre la infancia. Comenzaron a multiplicarse los congresos, y la bibliografía sobre la influencia en los niños fue, sin duda, la más abultada de la época en el tema de los medios, tanto en los grupos que provenían del catolicismo y el conservadurismo –desde una mirada moralista- como en los sectores más progresistas –con los conceptos políticos claves de "alienación" y "manipulación". El prestigioso médico massmediático (otro de los mitos culturales argentinos) Florencio Escardó publicó, en 1972, "El mundo alienado de Anteojito y Antifás", personajes que "llevan cada día, por medio de la televisión, su mensaje inoculante a miles de niños sin que hayan merecido, a lo que yo sepa, el menor reparo". Sin embargo, consciente del papel que jugaba socialmente, fue el mismo Florencio Escardó quien, junto a Eva Gilverti, llevó a cabo una tarea casi experimental en los medios, reflexionando sobre las nuevas condiciones que planteaba la televisión para la pedagogía.

Si este discurso giraba alrededor de la "deformación" de las expuestas mentes infantiles, otro sujeto y otro tópico concentraron al mismo tiempo la atención de los discursos: las alienadas masas juveniles. Las multitudes, que antes aullaban por sus ídolos de cine, de la canción popular o de la radio, lo hacían ahora (con un corte generacional más nítido) por las flamantes estrellas de la pantalla chica. "La gente parece negarse a hablar de otra cosa, a ver otra cosa, a bailar otra cosa", escribe un periodista alarmado en la revista *Primera plana* a propósito del fenómeno de la "Nueva Ola" del "Club del Clan" , programa que promovía cantantes jóvenes y pasos de baile.

Los intelectuales o los televidentes cultos miraban con espanto o lástima a esos jóvenes alienados o a esas familias que "perdían" el tiempo con el animador "Pipo" Mancera o "La Familia Falcón", uno de cuyos hijos parodiaba al joven lector "existencialista" con sus anteojos y su libro en la mano. Frente a ese frenesí que hablaba de la manipulación que podían ejercer los medios, había un público que quería distinguir una televisión culta y de calidad frente a otra invadida por el entretenimiento y el mal gusto. Para la revista *Primera plana* , esta televisión culta podía estar representada por el humor de Tato Bores, los programas de Rodolfo Kuhn o del grupo de David Stivel o por diferentes adaptaciones de obras prestigiosas, entre las que fue un acontecimiento el *Hamlet* de Shakespeare interpretado por Alfredo Alcón. El carácter casero de la producción televisiva atentaba, sin embargo, contra estos programas, ya que el televidente entrenado podía descubrir un maquillaje demasiado evidente o detectar que las "chinas" de la adaptación televisiva del Martín Fierro hecha por David Stivel en 1967 tenían –según una reseña de la época- "el aspecto de señoritas que frecuentan Mau Mau. Producciones de diferente procedencia y que exigían competencias diversas coincidían en el espacio televisivo, y la audiencia podía pasar de una a otra poniendo en crisis una división –sobre todo entre cultura de elite y cultura popular- que anteriormente tenía asignados los espacios con mayor claridad. En la televisión, la audiencia

podía pasar del *Otelo* de Shakespeare con Rodolfo Bebán a “Otelito” con Osvaldo Pacheco, Alberto Olmedo y Jorge Porcel. Sin llegar a eliminar los rasgos distintivos de cada repertorio, la televisión los ponía en crisis en el seno mismo del hogar.

La expansión, además de ocupar horarios e incluir diferentes grupos, también avanzaba territorialmente. En la Argentina, la televisión fue, desde el inicio, un factor fundamental de unidad territorial que reafirmaba, una vez más, el poder de Buenos Aires. Hogares de diferentes partes del país se alimentaban de las mismas imágenes y escuchaban los mismos mensajes (y los lugares más alejados, mediante la televisión, se sentían más integrados en el imaginario nacional y colectivo). Pero a la vez, era el concepto mismo de *territorio* el que se modificaba, sobre todo a partir del uso de los satélites que distorsionaban las distancias entre un lugar y otro al disminuirlas.

Una inflexión importante en esta nueva vivencia del territorio la constituye, en nuestro país y posiblemente en todo el mundo, un hecho que los televidentes siempre mencionan cuando se los interroga sobre sus recuerdos televisivos: la llegada del hombre a la Luna en 1969.

Transmitido en directo pasada la medianoche, el acontecimiento (que concretaba antiguas fantasías del imaginario colectivo) provocó el desplazamiento callejero de grandes contingentes de personas que buscaban un televisor para presenciar el evento. Sin darse cuenta, la gente asistía a otro hecho no menos importante: la conquista televisiva del espacio terrestre.

La llegada del hombre a la luna sólo podía verse por televisión. En nuestro país, ésta fue la primera transmisión por satélite a través de la flamante estación de Bahía Blanca fundada ese mismo año. Su consecuencia era obvia: la cámara podía llegar a partir de ese momento a cualquier lugar. La Luna, símbolo del misterio y de lo inalcanzable, develaba su imagen de territorio pedregroso y transitable en el mismo living del televidente. Si el registro de imágenes y su transmisión en directo podía alcanzar lo que en el imaginario popular era lo más lejano, no había entonces lugar al que no pudiese llegar. A partir de entonces, la expansión de la televisión se volvía virtualmente universal y los hogares que antes estaban apegados a una región pasaron a formar parte de una red que llegaba hasta donde antes sólo las ficciones o los mensajes lingüísticos podían llegar.

Los hombres deberían comenzar a convivir con un nuevo lugar, un nuevo territorio que no era el geográfico convencional sino el que creaban las imágenes televisivas. Dos espacios se vinculan en el hogar: el tridimensional de los cuerpos y el virtual de la pantalla. En tanto crea un lenguaje propio, el discurso televisivo hace de la pantalla un lugar, otro lugar. En él, las imágenes más alejadas son contiguas, los discursos más heterogéneos se yuxtaponen y los tiempos pueden ser relativamente manipulados coincidiendo o no con los del espectador. En la década del ’50, la gracia del nuevo medio estaba en las tomas en directo: actores que se olvidaban la letra, ruidos que cuestionaban la verosimilitud de las escenas, intervalos sin motivo y un amor por los accidentes que continúa hasta el día de hoy. La llegada del *tape*, modificó esta situación y admitió la manipulación de los tiempos “en directo” y “en diferido”, aunque su capacidad para registrar la contingencia se mantuvo como una de las características del medio: es este fluir de tiempo abierto –como del nuestro- lo que permite hablar de una convivencia entre el espectador y la imagen.

Pero este encuentro es, a la vez, el inicio de una divergencia profanada. En la televisión los tiempos se aceleran: todo es entretenido, las imágenes son elegidas por su poder de impacto, los conflictos desplazan a los procesos, la emoción se produce en serie. Casi todos los programas debieron incorporar esta lógica, lo que explica que Eva Giverti haya dicho, en relación a los programas educativos, que “hasta el momento la dramatización ha demostrado ser uno de los caminos más eficaces para la comprensión de los conceptos emitidos”. Se trata de una

inclinación de los medios hacia lo narrativo, lo emocional y lo corporal antes que hacia los discursos informataivos-argumentativos.

Así como la televisión acelera los tiempos, también modifica las representaciones espaciales. A diferencia de la radio, la televisión produce una sensación de estar presenciando el acontecimiento, de que éste es en cierto modo inmediato. Los "exteriores" de la televisión significan el ingreso de múltiples espacios en el ámbito hogareño. A principios de los '60 había cierta lentitud y sólo excepcionalmente la televisión podía atrapar aquellos sucesos no anunciados (su capacidad tecnológica de desplazamiento era reducida y sus camiones de exteriores poco ágiles).

Cuando el evento estaba preparado de antemano, la televisión podía armar el registro del acontecimiento como una puesta en escena, y así se hizo con la ascensión de Frondizi (filmada con once cámaras, la transmisión duró desde las siete de la mañana hasta las cuatro de la tarde) o con las visitas del presidente francés Charles De Gaulle o del norteamericano Eisenhower en 1960, transmisión que (como era muy frecuente) fue afectada por desperfectos técnicos. A medida que avanzaba la tecnología, un equipo muy reducido podía captar acontecimientos "en vivo y en directo", sintagma que se transformó en uno de los objetivos del medio, como sucedió con el asesinato imprevisto de Lee Harvey Oswald, el presunto asesino Kennedy, filmado por una cámara el 24 de noviembre de 1963. El accidente constituía un límite: el asesinato fue tomado en primer plano y sorprendió al camarógrafo. Una vez registrado, la muerte podía ser observada una y otra vez desde las casas (en nuestro país, en diferido). Según la revista *Primera Plana,* "las 48 horas que el Canal13 ganó al Canal11 al proyectar el asesinato de Lee Harvey Oswald se recuerdan todavía, como el paso de la adolescencia a la adultez de la televisión". Comienza a acelerarse el proceso de reproducción y a multiplicarse los impactos de acontecimientos del exterior en la vida privada. Ya no se trata solamente de las intensidades que puede transmitir la ficción o el espectáculo; la información misma se transforma en algo espectacular.

El cambio se hace sentir, sobre todo, en el modo en que de las emisoras editan y difunden la información. Si a principios de los sesenta predominaba el noticiero breve de quince minutos que se inspiraba en el formato radial de lectura de informativos (como "El Reporter Esso" desde1963), a partir de 1966 "Telenoche" inicia un formato específicamente televisivo en el que predominan la yuxtaposición de informaciones de diferentes ámbitos y un trabajo centrado en las potencialidades audiovisuales del medio. Cuando "Telenoche" se convierte en el noticiero central, su eslogan es elocuente: "su ojo en la noticia". Ya no se trata de llevarle noticias al televidente como un mensajero sino de arrastrar su ojo al lugar mismo de los hechos.

Este nuevo tipo de espacialidad transforma, entre otras cosas, el ámbito hogareño. Los muros de separación que eran el índice más claro de la constitución de una vida privada en el siglo XIX, son reforzados por un aparato (el televisor) que, a la vez, los desintegra. Los refuerza porque ya no es necesario ir a buscar las noticias afuera: la televisión proporciona la cantidad suficiente de chismes, acontecimientos, noticias y tramas ficcionales que, en otra época, ofrecían los periódicos y la radio pero también el vecindario y los espectáculos. La televisión reemplaza parte de los movimientos corporales y refuerza una actitud sedentaria que sin llegar a ser absoluta modifica las costumbres. Hay un nuevo modo de vivir la vecindad con el entorno barrial y urbano. Pero desintegra esos muros de contención porque genera un nuevo espacio en el que se interpenetran imágenes de la esfera social, del poder público y de la vida privada. En la red emocional del hogar, el espacio tradicional de la casa tendrá que procesar los numerosos datos que trae ese objeto que descansa en el comedor.

La televisión se consume generalmente en las casas e ingresa así en la vida doméstica, como uno de los basamentos materiales más necesarios para la construcción de la dimensión simbólica de la vida privada.
En la práctica cotidiana de todos los días y en el espacio material de la casa, los integrantes del grupo familiar reafirman esa red emocional que constituye el hogar. “El hogar –escribe Roger Silverstone- es un constructo. Es un lugar, no un espacio. Es el objeto de una emoción más o menos intensa. Es el lugar al que pertenecemos” ¿Qué sucede entonces cuando, en esa red emocional que es el hogar, se instala un artefacto – el televisor- que produce otro lugar no menos poderoso y de no menor densidad simbólica?
Segú Hannah Arendt, la intimidad es el índice más importante de la vida privada en la modernidad, y su teorización, a fines del siglo XVIII, inició una importante revalorización de esa instancia. Aunque el avance de la esfera social puso en crisis tanto la vida privada como la pública, para los individuos o las comunidades la intimidad –aquello que sólo se comparte con las personas en quienes se confía- continúa siendo la experiencia y el concepto que los reenvía del modo más seguro hacia la consolidación de su vida privada.
Cuando el Código Civil consagra la intimidad como un derecho de las personas, hace referencia explícita a los medios de comunicación y al carácter dañino que puede tener en ellos la difusión de la vida ajena. El reconocimiento legal de ese delito en la reforma de 1968 indica cómo los medios se vinculan con la redefinición de lo privado y lo público. Pero más que esta instancia legal (que actúa generalmente sobre situaciones de hecho y de presunto carácter delictivo), importa cómo la televisión representa la intimidad y cómo los televidentes, en su convivencia con el aparato, deben redefinir la vivencia que se tiene de ella.
El discurso televisivo habla de lo privado casi todo el tiempo. Uno de sus géneros más populares, la telenovela, construye los vínculos hogareños en clave melodramática con un éxito que permite pensar que está plasmando fuertes configuraciones del imaginario colectivo. Pero la televisión no se limita a crear mundos íntimos más o menos ficcionales; hay tres hechos que son decisivos para su producción de intimidad: la interpelación directa a la audiencia, el registro de los cuerpos y la exhibición espectacular de privacidades reales.
Podría pensarse en tres tipos de programas según los modos en que se interpela al espectador: en algunos (como en las películas o en las series televisivas que tuvieron gran éxito a principios de la década del ’60: “Laramie”, “Mike Hammer”, Cheyene”) predomina la lógica del lenguaje cinematográfico con la distancia que impone y con la necesidad de la mirada descorporalizada del televidente (el espectador no es advertido por las imágenes). Un segundo tipo de programas materializa la interpelación con la mirada a la cámara: un conductor o animador que le habla al espectador en un aviso publicitario y en los programas hechos en estudio (donde al hacerse simultáneamente el rodaje y el montaje se crea una sensación de espontaneidad). En el tercer tipo de programas (sobre todo en las series de televisión realizadas en nuestro país), hay un carácter mixto, como en los programas humorísticos de “Viendo a Biondi” con sus frecuentes miradas a la cámara, o en el personaje de Osvaldo Miranda, en la comedia familiar “La Nena”, cuando busca la complicidad de quien está del otro lado de la pantalla. Cuando termina la serie cómico- policial “Carola y Carolina”, las protagonistas Silvia y Mirtha Legrand se enfrentan a la cámara, se dirigen al público y le agradecen a los actores, a los técnicos y realizadores. Sus protagonistas (¿actrices o personajes?) reconocen su carácter de artificio enfrentando y haciendo referencia a la cámara (algo que en el cine es propio, generalmente, de los filmes de vanguardia) y desestabilizan así, las fronteras entre la ficción y lo real.
Las frecuentes interpelaciones transforman al televidente en un destinatario potencial y hacen que el discurso adopte el simulacro de un diálogo. Esta interpelación puede concretarse materialmente como sucede con aquellos sorteos en los que se llama a la casa del afortunado.

La figura televisiva específica de esta interpelación la constituye el animador o locutor, que tenía una gran importancia en la radio pero que en la televisión adquirió cuerpo, mirada y una gestualidad que lo enfrentaba cara a cara con el televidente. El locutor se movía como si estuviera en el escenario de un teatro de revistas o de un salón bailable y buscaba la cámara como si fuesen los ojos de un espectador. Esta interpelación, la acción de dirigirse a aquellos que están sentados en el living de su casa, no puede compararse con los "apartes" dramáticos ni con la voz del locutor radial.

El animador televisivo no imponía la distancia ni la belleza de los *stars* cinematográficos sino la apariencia del hombre común: el "negro" Brizuela Méndez en los años '50 y "Cacho" Fontana, el conductor de "Odol pregunta", cuyo rostro ilustró el primer número de la revista de espectáculos más importante desde mediados de 1965, *Gente y la actualidad* (lo más popular del espectáculo estaba representado por la televisión y ya no por la radio y el cine). El locutor televisivo juega a la comunicación, al contacto, a producir un tipo determinado de televidente (aunque éste posea sus propias estrategias de respuesta) y, de este modo, crea una sensación de intimidad con el espectador a la vez que registra, imaginariamente, su cuerpo.

La magnitud que tuvo desde un comienzo en la televisión argentina la publicidad, género en el que también eran imprescindibles las miradas a cámara, acentuó la interpelación directa y, en este caso, con connotaciones mercantiles. En esta materia, el decreto –ley de 1957- fundamental porque, entre otras cosas, definió a los futuros propietarios de los canales como personas ligadas al empresariado y al lucro excluyendo sociedades no comerciales e iniciativas independientes –señaló, en su artículo 6, que "la difusión de publicidad comercial podrá realizarse siempre que su proporción, su carácter y su forma no afecten la calidad y jerarquía de los programas". Esto hizo que la televisión argentina dependiera profundamente del mercado y que la irrupción de la exhibición de mercancías en el interior del hogar –pese a los precarios límites de tiempo que se proponían desde los organismos de control- tuviera una brutalidad solo equiparable a su poder de seducción. El televisor se transformaba en una vidriera y la programación dependía de la publicidad para su propia supervivencia. Un aviso de Canal 11, que se llamaba a sí mismo "Industria de emoción", se pregunta: "¿Cuánto cuesta cada minuto de emoción?". Ningún debate sobre la televisión en nuestro país puede desconocer esta falla de origen –la entrega del medio a las fuerzas de mercado- que las leyes posteriores no sólo no modificaron sino que profundizaron.

A la relación auditiva del *jingle* radial había que agregarle –con la televisión- un contacto visual en el que la mercancía se experimentaba como presencia y ausencia en el propio living o comedor de la casa. Sin embargo, esta seducción no comenzó siendo tan sofisticada como la conocemos actualmente. En los primeros tiempos, cuando las tomas eran todas directas porque no había *video tape,* los televidentes estaban siempre a la espera del *gaffe* del locutor, y hasta hay quienes recuerdan al locutor que escupió una pastilla que había recomendado fervorosamente pensando que la cámara ya no lo enfocaba.

En esos años, y particularmente en los '60, la mayoría de los programas eran auspiciados por una empresa cuya marca figuraba en el título: "La Familia Gesa", teatro de revistas auspiciado por General Electric S.A, "el Teatro Palmolive del Aire", en el que productos de belleza reforzaban el carácter femenino del teleteatro, y "Odol pregunta", marca de dentífricos que auspiciaba un famoso programa cultural de preguntas y respuestas. Después de las tandas se realizaron con productos diversos y su lenguaje se hizo más elaborado, permitiendo la formación de muchos realizadores cinematográficos y de futuros agentes publicitarios de la política. En esas imágenes seductoras no sólo se incluía al hogar en la red de consumo: también se difundían normas de limpieza y de conducta y hasta modelos de heroicidad de la épica consumista.

En la pantalla, además se presentan cuerpos cada vez más liberados de las restricciones normativas. Este proceso de "liberación" de los cuerpos fue social, y la televisión sólo dio cuenta

de él fraccionariamente, aunque su fuerza descansaba en su carácter doméstico. Estas modificaciones en la exposición de los cuerpos son, a menudo, imperceptibles en sus pequeñas alteraciones concretas y, por su carácter íntimo, indocumentadas. El 21 de abril de 1960, *TV Guía* publica una carta que señala algunas malas costumbres que observa en la pantalla de su televisor: algunos animadores, protesta la lectora, usan remeras y no traje. ¿Cómo leer este documento? ¿Condenar a la lectora por su moralismo estrecho y generalizar su sensación como el indicio de un cambio de época, que, en este caso, se visualiza en la pantalla televisiva? Y si cada ámbito tuvo sus propias estrategias (la moda hacía a los cuerpos provocativos, la música glorificaba su movimiento), la televisión tuvo ese rasgo que consistía en una rara química entre espacios de intimidad y espectacularidad que se filtraban mutuamente de un modo permanente. Una lectora de *Canal TV* lo expresa, con una gracia inconsciente: "El sábado 15 de julio tuve oportunidad de ver un programa lamentable que, bajo el título de "bailemos" se televisó por Canal 9. ¿Qué enseñanza puede dejar en un hogar, donde la familia enciende el televisor con deseos de observar un programa de calidad artística, ver a un grupo de desenfrenados jovencitos que en la mayoría de los casos no llegan a los dieciocho años haciendo las más diversas cabriolas y moviéndose de las más disparadas maneras? (…) Entiendo que los bailarines están muy bien para transmitirlos por la radio, pero por la televisión decididamente no (…) Creo que cada cosa en su lugar, y los bailes en los clubes, salones, casas, etc., pero no en la televisión" (3 de agosto de 1961).

Cada cosa en su lugar, exige la lectora de la revista. ¿Pero cómo definir lugares cuando irrumpe un nuevo espacio que, ubicado en la homogeneidad relativa del hogar, puede transmitir (muchas veces impulsado por la novedad) una moralidad más amplia que la de sus receptores? La televisión pone en crisis la noción misma de lugar, entendido como espacio de estabilidad. En dosis muy pequeñas, lo inapropiado o inadecuado avanzan en las pequeñas alteraciones de los cuerpos, del lenguaje y de los comportamientos que se ven en las pantallas.

En la esfera social, los espectáculos representaban la intimidad, que solía estar recubierta por la ficción o la distancia –explicitadas en el foso que separa el escenario del público-. El rito del espectáculo era también un rito de pasaje e implicaba el abandono del hogar, lo que marcaba claramente el traslado a otra esfera en la que prevalecían otras reglas. También había producción de intimidad en las narraciones que se leían en el hogar, pero ninguna de esas formas (ni siquiera la radio) alcanzaba esa dimensión visual de distancia y fascinación que caracteriza al espectáculo y que sí posee la televisión. Con la televisión se produce el ingreso del espectáculo en el hogar, que se mezcla así con la intimidad dominante en este espacio. El eslogan del canal privado más poderoso en el primer año de existencia de la televisión privada (Canal 9) lo dice claramente. "El mejor espectáculo en su hogar". La televisión comienza a combinar dos lógicas que están en tensión: la distancia del espectáculo y la cercanía que pretende la interpelación. Espectacularización de la intimidad, intimidad de lo lejano. La producción de intimidad es la apuesta más fuerte de la televisión: está en el aparato que la transmite (voz e imagen) y en la relación de complicidad permanente que quiere tener con el televidente. Muchos programas –pero no todos, porque la flexibilidad de la televisión permite también que se suspenda esta modalidad intimista- se basaron en esta lógica y así se instalaron en la memoria colectiva.

A principios de los años '60, como la realización de exteriores era muy cara y llevaba cierto tiempo, la televisión transmitía esa sensación de pequeños ámbitos: muchos programas transcurrían en los estudios que se mimetizaban con un escenario teatral (pero incluyendo a veces a los espectadores en la escena) o con los espacios domésticos. Si "Escala musical" o "Sábados circulares" utilizaban la pantalla como una caja italiana, programas como "Buenas tardes, mucho gusto" transcurrían en la cocina (y allí raramente entraban los hombres) o los de actualidad convertían al estudio en un living en cuyos sillones se sentaban confortablemente los

invitados. Sin duda, la innovación más radical en esta mimetización con la vida doméstica la constituyó el programa diario “Almorzando con las estrellas” que se inició el lunes 3 de julio de 1968 y que conducía la estrella cinematográfica y televisiva Mirtha Legrand. En el período 1968-1969 se produjo una renovación de la programación televisiva provocada, sobre todo, por la reacción de los diferentes canales frente a la hegemonía de Canal 13. Programas con referencias más locales, de un estilo más popular y con horarios inusuales inician una etapa de euforia en la que se reproducen, todos los días, lo que antes estaba reservado para los fines de semana. “Si lo sabe, cante”, por ejemplo, conducido por Roberto Galán, detiene al país todos los mediodías y suscita polémicas y mesas redondas.

El programa de Mirtha Legrand es un buen ejemplo de la mezcla de intimidad y opinión política, comentario ocasional y conflictos sociales de alta densidad. El argumento se inspira en la escena hogareña de los amigos que “vienen” a comer. Alimentándose -argumentalmente- de la vida privada, “Almorzando con Mirtha Legrand” utiliza el hecho cotidiano y hogareño de los almuerzos y basa su éxito trasladando su intimidad característica a una conversación entre gente famosa. Como en el caso de la misma Mirtha Legrand, el efecto es que se confunden figura pública y figura privada, personaje de ficción y persona de la vida real. En el argumento invariable del programa, los invitados llegaban desde el fondo como si surgieran del centro mismo de la televisión, y después de la presentación de cortesía, se dirigían a la mesa descendiendo del alejado mundo de las estrellas al cotidiano de las necesidades orgánicas; en lo de Mirtha no sólo se comía bien; los platos eran además, fotogénicos. El refinamiento hacía que el paso de lo sublime (el estrellato cinematográfico) a lo grotesco (comer ante cámaras) sea elegantemente evitado.

Pero ella no sólo es *Legrand,* (seudónimo de su vida en el espectáculo), también se refiere a sí misma en el programa con el apodo hogareño y opuesto de *Chiquita* (como si a la televisión le gustara el apodo amistoso y al cine, el seudónimo exótico). El programa explota el mito de las estrellas y otro opuesto aunque, en cierto modo, complementario: el de ama de casa. El ama de casa habla “desde la realidad”; su experiencia privada y cotidiana destruye cualquier posibilidad de construir la escena pública. Si Legrand hace preguntas superficiales es porque se comporta como una mujer cualquiera, pero el hecho de pertenecer a ámbito del espectáculo reviste de cierto aura todos sus comentarios. En su cuerpo, ella entrelaza intimidad y espectáculo.

En la interpelación directa, en sus temas y modo de manipular los tiempos, en el registro de los cuerpos, la intimidad y lo contingente, la televisión generó un nuevo lugar que, en el corazón mismo del hogar, transportó una dimensión diferente. No se trata -a fines de los años’60- de tenerla o no, de encenderla o de dejarla apagada: la imagen televisiva ya es un nuevo dato con el que debe contar toda delimitación de una vida privada propia.

El uso del tiempo libre que hacen Mafalda y sus amigos tiene tres modalidades claramente diferenciadas, los juegos en la plaza del barrio, la relación de sus padres con el espacio doméstico y sus encendidas críticas del mundo simbolizado en un globo terráqueo y en una radio. Cuando Mafalda, una apocalíptica sin duda, enciende la televisión es para conectarse con el mundo de la ficción como esparcimiento o para sorprenderse con la novedad de los avisos publicitarios. Para informarse, Mafalda escucha la radio, o como su padre, lee los periódicos.

El proceso por el cual la televisión comienza adueñarse del suministro de las noticias de la esfera pública es lento y, al menos en esa década, sólo difícilmente puede competir con la velocidad de la radio. El editorial de *Radiolandia* de abril de 1963 elogiaba la labor periodística “objetiva” de la televisión, a la que oponía la de una radio que, en su “condición de vehículo aún no sustituido, en función de la difusión sin límites o instantánea”, se convierte en “la base de las campañas psicológicas, factor vital en la guerra moderna” Para los “tiempos comunes”, sostenía la nota

editorial, la TV se transforma en un medio insuperable, pero cuando “graves sucesos afligen a la Nación” hay que acudir a la radio. La actualidad estaba todavía en sus manos.
Recién en 1969 la televisión se erigió –sobre todo para las zonas alejadas del hecho- en la protagonista de un evento histórico-político, el “Cordobazo”, e impactó en los televidentes con la virulencia de sus imágenes. Fue aproximadamente a partir de entonces que se convirtió en un escenario central del debate político, y ya en las campañas presidenciales de 1972 y 1974 no hay acto partidario o hecho político en el que no se vean micrófonos de los distintos canales. En un período en el que la movilización en las calles era el modo privilegiado de hacer política, una buena parte de la población también podía participar desde sus casas. Un hecho confirma esta conjunción: Juan Domingo Perón, quien utilizaba la plaza y la radio como ámbitos “naturales” de sus discursos, cerró la campaña de 1974 con una entrevista televisiva en la que participaron los periodistas Jacobo Timerman, Roberto Maidana y Sergio Villarruel (el periodista del Cordobazo) y que fue vista por seis millones de televidentes. Fue también para esos comicios que los partidos utilizaron elementos de la publicidad convencional como los jingles, con sus efectos visuales y sonoros, para seducir al público.
Así como los vínculos hogareños debieron reparar en las nuevas modalidades con las que se introducía el espacio público, también aquellos que se desempeñaban en la vida pública debieron tener en cuenta cómo su imagen y su voz se reproducía en el comedor de cada casa. La conferencia de prensa que dan en el aeropuerto de Trelew los presos políticos fugados de la cárcel es un claro ejemplo del encuentro de dos culturas claramente diferenciadas: la del código televisivo y la de los militantes políticos. Mientras los militantes hacen apelaciones jurídicas e ideológicas, el periodista privilegia las apelaciones sentimentales y dramáticas: Pedro Bone (militante del ERP): “Acá hay compañeros obreros, tucumanos, trabajadores de la zafra, campesinos, compañeros intelectuales, compañeros obrero-industriales. Esa es la composición social de los diecinueve, no son estudiantes en su totalidad. Nada Más.”
Periodista: “Para tranquilidad de los familiares de la gente que se encuentra retenida en esta aeropuerto diremos que, a pesar de que en estos momentos el local del aeropuerto de la ciudad de Trelew se haya rodeado por las fuerzas policiales y del ejército, acaban de manifestar miembros de las fuerzas armadas FAR, ERP y Montoneros que, después de haber realizado esta entrevista y haber llegado a la masa de la población a través de la prensa escrita, es factible –y ellos lo han decidido así- entregarse incondicionalmente sin ningún tipo de violencia. Reiteramos que esto es por si llega nuestro *video tape* a tiempo a la imagen de vuestros televisores.
Sin embargo, los políticos que participaban más activamente de los medios se convertían, necesariamente, en personajes televisivos, sobre todo cuando iban a los estudios. Una anécdota tal vez nos pueda ayudar a comprender este fenómeno: después del golpe de1955, Blackie condujo “prensa visual”, “el primer programa periodístico de la televisión argentina” según sus palabras. Cuenta Blackie que Alfredo Palacios accedió a ir al programa y llegó al estudio mientras se filmaba un programa humorístico y satírico. Uno delos técnicos, que pasaba por ahí, se detuvo frente al político y le dijo entusiasmado: “Che, qué bien te disfrazaron de Palacios…” el malentendido (la confusión de papeles) marca el inicio de una dura carrera para los políticos: en un medio flexible como la televisión, su participación siempre será contigua a otros tipos de discursos y gestualidades. La declamación de la tribuna debe dejar paso a un diálogo en el que a los valores del discurso se sumarán el de su simpatía, su vida íntima, su “costado humano”. Al potenciar este aspecto íntimo del hombre público, no sólo juegan su papel los momentos de debate argumentativo sino también las apelaciones emocionales y los momentos fríos, aquellos en que los discursos encendidos y las efusiones corporales dejan paso al relax de la vida cotidiana y al intimidad del personaje. La visita de un político a un programa en el que dialoga de los temas más diversos, los cuestionarios en los que entra en juego su vida privada, (Blackie

produjo un escándalo, en los ’60 al preguntarle a un político si era homosexual) o la imagen de Perón desde Madrid jugando con su caniche blanco son hechos semipolíticos pero que sirven para construir la imagen del hombre público. En el caso del líder justicialista, su cada vez más frecuente aparición en los noticieros de los años’70 cambiaba la naturaleza de su exilio ofreciendo nuevos materiales (gestos, bromas, tonos intimistas) para una de las pasiones argentinas de esos años: la hermenéutica de sus mensajes.
Aun políticos muy populares como Álvaro Alsogaray, funcionario conservador de gobiernos civiles y militares, podían transformarse en personajes televisivos gracias a sus mensajes con eslóganes “hay que pasar el invierno” y a su presencia en programas humorísticos como el de Tato Bores.
El político, con el crecimiento de la televisión, debió redefinir su rol público teniendo en cuenta dos nuevas variantes: las marcas íntimas de la vida privada y su convivencia con otras prácticas y discursos.

Historia de la televisión tucumana

El primer canal, LW 83 TV Canal 10 de Tucumán inició sus transmisiones regulares el 9 de julio de 1966 desde la localidad de Yerba Buena, durante el rectorado del Ingeniero Eugenio Flavio Virla. Lo hizo con capitales exclusivos de la Universidad y con el objetivo de “Contribuir a la formación integral de la personalidad del televidente”, en palabras del rector. Al principio, el canal transmitía dos horas diarias de programas de índole cultural y luego la transmisión se amplió a catorce horas por día, sin avisos publicitarios. En 1972, el canal incorporó un departamento comercial para hacer frente a los costos operativos y en 1977, se conformó la sociedad anónima **Televisora de Tucumán S.A.P.E.M.**, en la que se sumó el Gobierno Provincial, con el 30% de las acciones. Desde sus comienzos, el canal ha transmitido desde sus estudios ubicados en Avenida Aconquija 729 de la ciudad de Yerba Buena, junto al edificio ocupado por el Instituto Cinefotográfico de la Universidad Nacional de Tucumán. Las transmisiones en color se iniciaron en 1980.

Programación local

"La señorita Julia", obra ejecutada por el Teatro Universitario, fue el hito que marcó la era del *video*, cuatro años después de la apertura del canal.
Canal 10 ha sido pionero en la producción de programas locales. Entre los más destacados y recordados por la teleaudiencia local figuran *La Santa Misa* (en el aire en forma ininterrumpida desde 1966), *La Caja № 10*, (fines de la década de 1960 y principio de la década de 1970), exitoso ciclo musical y artístico de gran nivel, con orquestas, cantantes y otros espectáculos, en vivo desde los estudios del canal, programa semanal, conducido por Alberto René Sutter; *Aquí En Casa*, (comienzos de la década de 1970) programa de consejos para el ama de casa, salud, moda, cocina, bricolaje, etc., con invitados y en directo, conducido por Marilú Landa, *Testimonios de Tucumán* ciclo de cortometrajes documentales realizados por el cineasta tucumano Gerardo Vallejo. *El club de la manzana* (infantil emitido durante los años 1980), *Sábados para todos* (interés general), *La Hora Italiana* (actualidad), *Shalom Israel* (actualidad), *Biógrafo* (proyección de filmes nacionales y extranjeros con el comentario previo de Rogelio Parolo), *Deportivo 10* y *Ciudadanos* (política) entre otros.

En un hecho poco común para un canal del interior teniendo en cuenta las limitaciones técnicas y presupuestarias de la época, Canal 10 produjo durante la segunda mitad de la década de 1980 la miniserie *El Cabo Sabino* basada en una historieta de origen argentino sobre un militar fortinero durante la Campaña del Desierto; la serie fue dirigida por César Caram y protagonizada por el actor Alberto Banegas. Más recientemente, emitió otra serie local denominada *Tucumanos*, sin demasiada repercusión.

Además de documentales, la programación educativa estuvo representada durante muchos años por el programa *Telescuela Técnica*, a fines de los años 1980, por el curso de inglés *Follow Me* coproducido por la BBC de Londres y Televisa de México, que se emitían en horario matutino y actualmente, con la ayuda del canal educativo del Ministerio Nacional Pakapaka, transmitiendo partes de su programación en distintos horarios del día; también, mediante un acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional, se comienza a transmitir la trasnoche de Canal 10, retransmitiendo la programación del Canal Encuentro.

LRK 458 TV Canal 8 de Tucumán inició sus transmisiones regulares el 8 de diciembre de 1983.

El 21 de septiembre de 1989, el presidente Carlos Menem dispuso por decreto la privatización de los Canales 11 y 13 de la ciudad de Buenos Aires. Una de las empresas que participó en esas licitaciones era la sociedad *Televisión Federal S.A.* (Telefe), que tuvo en esos momentos como uno de sus principales accionistas a *Televisoras Provinciales S.A.* (del cual Televisora Tucumana Color S.A., la licenciataria de Canal 8, era accionista).

Bibliografía:

Aguilar, Gonzalo: "Televisión y vida privada" en: *Historia de la vida privada en la Argentina*. Tomo III, pp 255-280.

Barbier, Fréderic y Lavenir, Catherine. *Historia de los medios. De Diderot a Internet.* Buenos Aires: Colihue, 1999.

Edit. *La Gaceta*. "En Tucumán la TV desembarcó el 9 de julio de 1966, gracias a la visión de la Universidad". San Miguel de Tucumán, 16 de octubre de 2011.

Varela, Mirta. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969.* Buenos Aires: Ed. Edhasa, 2005.